



INHALT

**Gasteditorial**

SAP baut On-Demand Strategie aus  
[mehr](#)

**Viscovery**

Neuer Webauftritt von Viscovery  
[mehr](#)

**Merger & Acquisitions**

[mehr](#)

**Zahlen**

[mehr](#)

**Trends**

[mehr](#)

**Kurzmeldungen**

[mehr](#)

**Zum Schluß**

[mehr](#)

**Gasteditorial von Frank P. Sempert, Saugatuck Technology**

**SAP baut seine On-Demand Strategie aus**

Unter den zahlreichen Experten-Diskussionsrunden und -Präsentationen anlässlich der SIIA On-Demand Konferenz Anfang Juni in Amsterdam, trug John Wookey, SAP Executive Vice President Large Enterprise on Demand, SAPs Vision und Strategien der Entwicklung und Going-to-Market eines neuen On-Demand-Portfolios für SAPs installierte Basis großer SAP Kunden vor.

Zentrales Element der SAP Strategie ist das Angebot ergänzender SaaS-Lösungen, der Gestalt designed, um integriert mit SAPs Business Suite zu arbeiten. Der Launch wird dieses Jahr beginnen und bis 2011 die folgenden Komponenten umfassen:

- ein umgestaltetes Multi-Tenant SAP CRM
- CO2 Emissionen
- E-Sourcing
- Kosten-Management

Zusätzliche Funktionen sind auf dem Weg und umfassen HCM, Supply Chain und andere Lösungen. Alle ergänzenden SaaS Lösungen werden die neue multi-tenant Plattform der 2006 von SAP übernommenen *Frictionless Commerce* nutzen.

John Wookey hielt zwei Key-Notes während der Konferenz und machte es unmissverständlich klar, dass SAP verstanden habe, dass die Zukunft im On-Demand liegt und es für SAPs zukünftigen Erfolg absolut kritisch ist, diese Chance engagiert zu nutzen.

Nachstehend eine Zusammenfassung der SAP On-Demand Strategie für Großunternehmen, übernommen aus den Präsentationen sowie aus einem ausführlichen, persönlichen Gespräch von Saugatuck Technology mit John Wookey.

- Mit Beginn in diesem Sommer und weiteren, kontinuierlichen Roll-Out-Aktivitäten in 2010 und 2011, wird SAP eine Serie von funktional orientierten Software as a Service (SaaS) Lösungen herausbringen, die hochgradig koordiniert und integrierbar mit der SAP on premise Business Suite sind. Diese Lösungen werden nicht als stand-alone positioniert verkauft werden, sondern als speziell entwickelte value-added Funktionalität für bestehende Großkunden angeboten.
- Herzstück der neuen SAP-Initiative für Großunternehmen ist eine neu entwickelte *Single Solution Architecture*, die in der Lage ist, *Business Rules-* und *Policies*, die in der On-Demand Business Suite gesetzt sind, in die neuen On-Demand Anwendungen zu übernehmen. Wenn es wie geplant funktionieren sollte, wird es Vertriebs- und Implementierungszeiten verkürzen und SAP dabei helfen, den Zeitpunkt einer kompletten Migration von Unternehmen zu Cloud-basierenden Lösungen - entweder von SAP oder anderen Anbietern - in die Zukunft zu verschieben.
- Die neuen, subscriptions-basierten Lösungen für Großunternehmen, setzen eine multi-tenant (und JAVA basierte) Plattform wirkungsvoll ein, die SAP mit der Akquisition von *Frictionless Commerce* 2006 erworben hat. SAPs On-Demand Engagement erklärt sich in der kürzlich angekündigten Übernahme des französischen Fakturierungs-Spezialisten *Highdeal*. Weitere Akquisitionen sind erklärter Bestandteil der Strategie.
- Drei der vier ersten Lösungen werden im zweiten Halbjahr 2009 erwartet: (1) ein umgestaltetes multi-tenant SAP CRM, (2) CO2 Emissionen (über die *Clear Standard* Übernahme), (3) E-Sourcing (über die *Frictionless Commerce* Übernahme) und (4) Kosten-Management (später im Jahr).

Zusätzliche Funktionen, wie HCM und SCM sollen zukünftig auch angeboten werden.

- Ähnlich zu früheren Verlautbarungen von Shai Agassi, führte John Wookey aus, dass SAPs neue On-Demand Plattform sich zu einem neuen Entwickler-Ecosystem öffnen werde und dass SAP aggressiv vertikal fokussierte Partner und BPO-Anbieter umwerben werde. Wir stimmen gleichermaßen zu, dass dies ein kritischer Erfolgsfaktor für SAP sein wird, sehen es aber ebenso als einen maßgeblichen kulturellen Veränderungsprozess für SAP an, der mit Blick auf die Vergangenheit bisher noch nicht nachhaltig bewiesen wurde.
- John Wookey sprach sich ausdrücklich dafür aus, dass SAP zukünftig mehr Augenmerk auf die Integration mit dem breiten Spektrum an *Collaboration, Social Media und Productivity Tools* (z.B. Spreadsheets) legen wird. Das deckt sich mit unserer kürzlich veröffentlichten Auffassung, dass Social Computing mit Business Anwendungen zu integrieren sind.
- John Wookey sieht die Einbindung von Kunden als Bestandteil eines agilen Entwicklungs-Prozesses als maßgebend für den Erfolg, ebenso dass sein Team nicht, wie mehrfach berichtet, aus Tausenden, sondern aus Hunderten von Spezialisten besteht, was aus unserem Blickwinkel eher als ein Vorteil zu bewerten ist. Sein Team hat größtmögliche Autonomie bekommen, das zu tun, was notwendig und erforderlich ist.

Zum heutigen Zeitpunkt bewertet Saugatuck SAPs Großkunden On-Demand Initiative hauptsächlich als „Protect the Base“ Strategie, die unter der Annahme steht, dass der überwiegende Teil der SAP-Großkunden nicht komplett oder nicht zum überwiegenden Teil installierte Infrastruktur gegen SaaS/Cloud eliminieren möchte, andererseits aber SaaS als einen Hebel zum Ausbau der Core-Anwendungen zunächst in Randgebieten sieht. SAPs Großkunden Initiative lässt in diesem Sinne einige Vergleiche zu Microsofts „Software-plus-Services“ hybride Angebots/Einsatz Strategie zu.

Wir stimmen weitestgehend zu, dass zumindest bis 2010 dem Markt keine alternative und glaubwürdige SaaS-Lösung für das Core Business angeboten wird. So sind die Mega-Deals mit Großunternehmen hauptsächlich im Umfeld CRM, HCM und Performance/Talent Management angesiedelt: *salesforce.com*: Japan Post/40.000 seats; *Workday*: Flextronics/Enterprise License, 200.000 Mitarbeiter und *SuccessFactors*: Siemens/Enterprise License, 420.000 Mitarbeiter.

Zum Zeitpunkt ist der einzige glaubwürdige und stark wachsende Anbieter einer robusten und integrationsfähigen SaaS-Suite mit ERP-Funktionalität *Workday*. Wir sind davon überzeugt, dass *Workday* sich selbst bewusst ist, dass sie noch nicht in der Lage sind, volle Funktionalität an Financial Management, Sourcing und Ressource Management anbieten zu können. Die derzeit rund 80 Kunden sind größtenteils mittelgroße oder größerer Unternehmen, unter denen nach unserem Wissen nur eine Handvoll die Financial Suite implementiert hat; die meisten Kunden nutzen HCM und eine geringerer Anzahl die Gehaltsabrechnungs-Lösung. Parallel zu der On-Demand Initiative arbeitet SAP weiter an einem starken Portfolio an Reporting, Dashboards und analytischen Lösungen von *Business Objects* und an einer Ausrichtung der SAP Mittelstands-Lösung Business ByDesign (seit 2007 auf dem Markt).

Während einige Details über den Nachfolger Feature Pack 2.5 (Saugatuck vermutet die Verfügbarkeit einer Alpha-Version im Herbst 2009, Beta im Frühjahr 2010) bekannt geworden sind, gehen wir davon aus, dass das komplette Backend ersetzt werden wird und als volle Multi-Tenant-Lösung (eher als die Mixed Multi-Tenant/Virtualization-Vorgehensweise) entwickelt wird. Weniger klar ist es, ob dieser Ersatz des Backends Code mit SAPs neuer Großkunden On-Demand Initiative teilen wird.

Unbestritten ist jedoch, dass SAP SaaS und On-Demand sehr ernst nimmt, dies mit zahlreichen wie gleichzeitigen Initiativen und Investitionen.

Nach unserer Meinung wird es für SAP der Schlüssel zum Erfolg werden, sorgfältig auf seine Kunden zu hören, da einige Großunternehmen bereits aggressiv daraufhin planen, ganzheitliche SaaS-Lösungen von SAP zu betreiben. Die Realität der Märkte befolgt nicht immer das Bestreben eines Unternehmens, spezifische Produkte für spezifische Kundensegmente vorherzubestimmen. Und wenn wir

annehmen, dass die zugrunde liegenden Architekturprobleme wie auch die Herausforderungen an das Geschäftsmodell richtig adressiert werden, sehen wir nicht, dass technische oder andere Limitierungen es verbieten würden, Business ByDesign auch bei Großunternehmen einzusetzen.

Die kommenden 24 Monate werden für SAP insofern kritisch werden, da in dieser Zeitspanne das Fundament für einen Transformationsprozess des SAP Geschäftsmodells gelegt wird.

Mit den besten Grüßen  
Ihr  
Frank P. Sempert

**Frank Sempert** ist Senior Program Executive bei Saugatuck Technology in Europa. Er war vorher unter anderem CEO Central Europe bei der Gartner Group.

**+++Zu Saugatuck Technology +++**

Strategie- und Marketing-Experten im gesamten Umfeld der Unternehmens-IT.  
Gegründet 1999.

- Beratung in Markt-Strategien, Research- und Beratungsdienste als Subskriptions-Service.
- Fokus auf Unterstützung von Herstellern, neue Märkte und Opportunitäten, traditioneller wie Next-Generation Software und IT Services zu identifizieren und zu erkunden.

Umfangreiche Praxis mit Schwerpunkt auf so genannte „Disruptive Technologies“, wie SaaS, Web 2.0, SOA und Utility Computing.

*Erfahrene IT-Experten*

Analysten verfügen über mindesten 25+ Jahre in führenden IT-Unternehmen / Think Tanks wie Gartner, Giga, KPMG, Accenture, IBM, HP

*Firmensitz in Westport, Connecticut* – Büros in Santa Clara, California, regionale Vertretung in Europa (Deutschland), sowie Research Partner in Asien/Pazifik

Weitere Informationen finden Sie auf <http://www.saugatech.com/>

**Gastbeiträge in diesem Newsletter sind freie Meinungsäußerungen der Gastkommentatoren und geben nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers wieder.**

---

**Anzeige**



**Viscovery Software GmbH mit neuem Webauftritt: Mehr Informationen zu Data Mining und Predictive Analytics.**

Viscovery Software GmbH bestätigt ihre Rolle als führender Anbieter von Data Mining und Predictive Analytics Lösungen und gibt mit ihrer neuen Webseite Data Mining Anwendern viele Hilfestellungen und Tipps. Zusätzlich zu den üblichen Produkt- und Unternehmensinformationen findet der Nutzer ausführliche technische Informationen zu Data Mining Applikationen plus Publikationen, wissenschaftliche Artikel und interessante Links rund um die Themen Data Mining und „Self-Organizing Maps (SOMs).“

Online-Demos zeigen, wie man die Viscovery Lösungen einsetzt und vermitteln Details zu speziellen Applikationen wie beispielsweise der Analyse von Click-Stream-Daten.

Der Fokus des Designs des neuen Webauftritts lag auf der Ergonomie für den Besucher, um relevante Informationen zielsicher finden zu können und umfassende, visuelle Informationen zur Software, zu den Applikationen und zur Technologie bereitzustellen. Die Online-Demos, Frequently-Asked-Questions, Datenblätter und die umfangreiche Literaturliste gibt dem Besucher einen

Rundumblick zum Thema SOM Technologie und deren Einsatz in prädiktiver Analytik.

[Hier geht es zur neuen Webseite](#)

### **Merger & Acquisitions**

***inubit übernimmt SOA-Governance-Geschäft von BusinessGlue.*** Mit der Übernahme des SOA-Governance-Geschäftes der BusinessGlue GmbH im April 2009 kann inubit zukünftig die steigende Nachfrage im Markt nach einer spezialisierten Unterstützung bei unternehmensweiten BPM-Rollouts abdecken. BusinessGlue wurde von den international bekannten Fachbuchautoren Dirk Slama und Dirk Krafczig („Enterprise SOA“) gegründet. Das von BusinessGlue entwickelte PlanCentral Framework kombiniert SOA Best Practices mit Governance-Repository-Technologie und ermöglicht Kunden die Steuerung strategischer SOA/BPM-Projekte. Zu den Anwendern gehören große Industrie-Kunden in den Bereichen Versicherung, Telekommunikation und Luftfahrt. Dirk Slama, ehemaliger Geschäftsführer der BusinessGlue, wird zukünftig den Bereich SOA/BPM Governance Solutions bei der inubit AG übernehmen.

***Oracle stellt das Geschäft mit Virtual Iron Produkten ein.*** Oracle will Berichten zufolge die erst im Mai 2009 gekauften Virtual Iron Produkte nicht fortführen. Die Techniken sollen in die eigene Virtualisierungsplattform Oracle VM integriert werden. Das unterstreicht unsere Ansicht, dass mit der Akquisition von Sun der Einstieg von Oracle ins Cloud Computing in großem Stil geplant ist. Mehr zu Virtual Iron und Oracle finden Sie (in deutsch) bei [Golem.de](#) und (in englisch) bei [Channel Insider](#)

### **Zahlen**

***Gartner: BI-Markt in 2008 um 22% gewachsen.*** BI trotz der Krise. Der Markt für BI-Software (BI-Plattformen, analytische Applikationen, Performance Management) wuchs von \$7,2b in 2007 auf \$8,8b. Mehr dazu bei [InformationWeek](#).

***Data Mining boomt in der Krise: Viscovery meldet guten Geschäftsverlauf.*** Viscovery Software GmbH, Anbieter der Viscovery Data Mining Suite, einer umfassenden Lösung für Business-Anwendungen im Data Mining, meldet einen spürbaren Anstieg von Neugeschäften im abgelaufenen Quartal. Nachdem die Implementierung der Viscovery Data Mining Lösung bei der Mediaprint, einem der größten Medienunternehmen Österreichs, erfolgreich abgeschlossen wurde, kann Viscovery seit kurzem auch den führenden Sportartikelhändler des Landes, Intersport Eybl, zu ihren Kunden zählen. Viscovery konnte sich auch hier gegen internationalen Wettbewerb durchsetzen; schon zuvor hatte Viscovery in Projektpartnerschaft mit Update AG gegenüber gesetzten Branchenriesen gepunktet und war von Mediaprint mit der Realisierung der Data Mining Umgebung für das neue CRM-System beauftragt worden.

***ParAccel erhält \$22m im Series C Financing angeführt von Menlo Ventures.*** Schon wieder Analytik! Hier macht man in der Krise nicht nur gute Geschäfte, sondern erhält auch die notwendigen Finanzierungen. ParAccel wird die Spritze nutzen, um die Produktentwicklung voranzutreiben, Vertrieb und Marketing zu stärken und den Kundenservice zu verbessern. Neben Menlo Ventures haben sich auch die bisherigen Investoren Bay Partners, Mohr Davidow Ventures (MDV), Tao Venture Partners und Walden International wieder beteiligt. Menlo Ventures schickt außerdem seinen geschäftsführenden Partner John W. Jarve ins Board of Directors von ParAccel. (29. Juni)

***CA schreibt im Geschäftsjahr 2009 recht gute Zahlen.*** Das Geschäftsjahr endete am 31. März 2009. Die wichtigsten Zahlen:

- Non-GAAP Einkommen pro Aktie von \$1.55 (ein plus von 30%); GAAP Einkommen pro Aktie von \$1.29 (ein plus von 39%),
- Umsatzwachstum von 1% (bei konstanter Währung) auf \$4.271b,

- Cash Flow aus den Operations von \$1.212b (ein plus von 10%),
- Q4 Non-GAAP Einkommen pro Aktie von \$0.31 (ein plus von 41%); GAAP Einkommen pro Aktie von \$0.13 (gleichbleibend),
- Q4 Umsatzwachstum von 2% (bei konstanter Währung) auf \$1.035b, (ein minus von 5%)

Damit wurden die Erwartungen nicht nur getroffen, sondern teilweise sogar übertroffen. Die Pressemitteilung finden Sie [hier](#) (13. Mai)

**Krise und Währungskurse setzen auch Oracle zu.** Im seinem Q4/2009, das zum 31. Mai 2009 endete, erzielte Oracle einen GAAP-Umsatz von \$6,9 Milliarden und damit 5% weniger im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dies entspricht einem Gewinn pro Aktie von \$0,38 und damit einem Minus von 4% gegenüber dem Q4/2008. Der Reingewinn nach GAAP sank um 7% auf \$1,9 Milliarden. Aber – nach eigenen Angaben – fährt man besser als die SAP. „Wir wuchsen schneller und nahmen SAP Marktanteile in allen Regionen der Welt ab“, sagte Charles Phillips, President von Oracle. „In Europa wuchs unser Geschäft mit Applikationen um 5% auf Basis konstanter Währungen gegenüber einem Negativwachstum von SAP von 27% in seinem letzten Geschäftsquartal. In der Vergangenheit war Europa eine Hochburg von SAP, aber diese Ergebnisse zeigen, dass wir ihnen Konkurrenz machen...“ Die Pressemitteilung von Oracle in deutsch finden Sie [hier](#)

## Trends

**Marktumfrage in den USA: Unternehmen bremsen Einsatz von Cloud Computing wegen Sicherheitsbedenken.** Trotz des ganzen Hypes ums Cloud Computing sind nur 15% von 300 in den USA befragten Unternehmen aktiv mit Cloud Computing in diesem Jahr beschäftigt. Die Befragung ging quer über Unternehmensgrößen von 100 Mitarbeitern bis zu Großunternehmen und ging quer über die Branchen. Ein IT-Manager fasste das Ganze gut zusammen: „Die Idee, dass ich meine eMails, Finanztransaktionen oder andere operative Transaktionen im Tagesgeschäft einer Wolke anvertrauen soll, macht mir Kopfzerbrechen.“ In vielen anderen Bereichen nutzen wir aber schon bewusst oder unbewusst die Cloud, so bei Gmail, Storage und Anti-Spam-Services. Ein solcher Umgang mit der Cloud gilt aber bei weitem noch nicht in anderen Bereichen, und es wird wohl noch einige Zeit vergehen, bis man sich mit der Cloud angefreundet hat. Vielleicht ist dann auch die Sicherheit nicht nur einen Schritt weitergekommen. Mehr dazu bei [Network World](#)

**In der Rezession scheitern mehr IT-Projekte.** Budgetkürzungen und Entlassung von Mitarbeitern bedingt durch die Krise schlagen jetzt auf die Erfolgsraten von IT-Projekten durch wie eine Untersuchung der Standish Group zeigt. Eine Umfrage bei 400 Unternehmen (in den USA) zeigt, dass die Erfolgsraten sinken. In den letzten zwei Jahren wurde eins von vier Projekten als Fehlschlag gewertet. Rund 44% der Projekte zeigten Mängel: Sie wurden nicht in der geplanten Zeit fertiggestellt, brauchten mehr Budget oder wurden mit weniger Funktionalität in Betrieb genommen. Gemäß Jim Johnson, Chairman der Standish Group, handelt es sich um den ersten Anstieg der Fehlerraten seit langem. In der entsprechenden Untersuchung in 2006 waren nur 19% der Projekte Fehlschläge. Mehr dazu bei [CIO.com](#)

**Coca Cola nutzt RFID in Getränkeautomaten.** „Cool“, das ist die Devise, wenn der Sommer aufdreht, und „cool“ macht es Coca Cola mit seinen neuen Freestyle-Getränkeautomaten, die in einem Pilotprojekt in ausgewählten „Fast-Food Joints“ (kann man nicht übersetzen!) in USA in diesem Sommer getestet werden: Was ist daran „cool“? RFID-Technologie! Diese neue Generation von Getränkeautomaten kann mehr als 100 Variationen von Soda und anderen solchen Drinks servieren. Dazu hat man den Automaten mit Hightech ausgerüstet. Drin sind 30 Kartuschen mit RFID-Tags, aus denen der Mix produziert wird. RFID-Leser überwachen den Status der Kartuschen und der Automat sammelt aktiv Daten über den Verbrauch und die Auswahl der Kunden. All diese Business Intelligence wird dann in der Nacht über ein privates Verizon Netz zu Coca Cola's SAP Data Warehouse in Atlanta übertragen. Übrigens, in Frankreich gibt es inzwischen in den Einkaufszentren Milch-Automaten. Ob da RFID-Technologie drin ist, weiß ich aber nicht! Mehr zur BI/RFID-Anwendung bei Coca Cola finden Sie in der [InformationWeek](#)

---

#### **Kurzmeldungen:**

**Warum Oracle auf der Siegerstraße bleiben wird!** Lesen Sie dazu einen Blog-Beitrag von Dave Rosenberg auf [cnet news](#)

**Die 30+ in den USA beliebtesten Performance Management Anbieter**, die finden Sie bei BPM Partners. Bemerkenswert: viele der dort zitierten Anbieter sind in DACH (noch) nicht präsent, [reinschauen!](#)

**„BlaaS“ hatten wir im Gasteditorial der letzten Ausgabe, jetzt kommt „DaaS“.** Dazu John Thompson, CEO der nord-amerikanischen Region bei Kognitio, einem BI-Anbieter, der bei uns auch noch nicht richtig Fuß gefasst hat, in einem Interview mit [FierceCIO](#)

**Die „Cloud Clinic“.** Das ist eine neue [Webseite von Rackspace](#), auf der man Fakten und Mythen zu und um Cloud Computing findet.

**Die starke Nachfrage nach Cloud Computing überrascht selbst Amazon Web Services.** Man hatte sich schon ein gutes Geschäft versprochen, aber die aktuelle Nachfrage nach Cloud Computing, angeschoben durch die aktuelle Wirtschaftslage, hat dann selbst Amazon überrascht. Lesen Sie mehr dazu bei [InformationAge](#)

**Twitter überschätzt.** 10% der Nutzer erzeugen 90% der Nachrichten. Die Details dazu bei [BBC News](#)

**Management-Gehälter in der IT: HPs CIO Randall Mott machte \$24m in 2008.** Na bitte, auch in der IT gibt es selbst in Krisenzeiten noch etwas zu verdienen. Die anderen millionenschweren IT-Manager in den USA finden Sie in [BusinessWeek](#)

**Cisco ersetzt General Motors im Dow Jones Industrial Average Index.** Mehr dazu bei [NetworkWorld](#)

---

#### **Und zum Schluss:**

**Nach dem social computing Knigge im vorigen Newsletter, jetzt ein BlackBerry Knigge.** BlackBerry in der Vorstandssitzung? Hier formt sich Widerstand. Neue Regeln zur Nutzung von PDAs bilden sich heraus. Die finden Sie in der [New York Times](#)

**Wirbel um die Lünendonk BI-Liste Deutschland.** Carsten Bange kritisiert die Liste, zu recht, wie ich meine. Hier die Publikation der Liste bei der [Computerwoche](#) und hier der [Blogbeitrag](#) von Carsten Bange

---

Weitere Information stehen im Internet zur Verfügung:  
Wolfgang Martin Team <http://www.wolfgang-martin-team.net>

---

#### **Impressum:**

Sie haben Fragen und Anregungen? Sie wollen den Newsletter abonnieren?  
Dann schicken Sie uns eine E-Mail an:  
[info@wolfgang-martin-team.net](mailto:info@wolfgang-martin-team.net)

Wolfgang Martin Team  
S.A.R.L. Martin  
74000 Annecy – France  
T/F: +33-4-50099244  
Internet: [www.wolfgang-martin-team.net](http://www.wolfgang-martin-team.net)

Inhalt, Zusammenstellung, Anzeigen, Sponsorship:  
Dr. Wolfgang Martin

Wenn Sie den Newsletter abbestellen möchten, senden Sie diese Email einfach mit dem Betreff „unsubscribe“ zurück.

Conformément à la loi 78-17 Informatique et Libertés du 6 janvier 1978, vous disposez à tout moment d'un droit d'accès et de rectification aux données et informations vous concernant.

Inscription par e-mail à:  
[info@wolfgang-martin-team.net](mailto:info@wolfgang-martin-team.net)

Désinscription par retour de ce courrier en mentionnant « désinscription »

Tous droits réservés. Alle Rechte vorbehalten.  
Copyright © 2009 S.A.R.L. Martin

Versand durch: HBI GmbH (PR-Agentur) [www.HBI.de](http://www.HBI.de)

